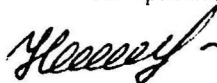


0-794726

На правах рукописи



Илларионова Наталия Алексеевна

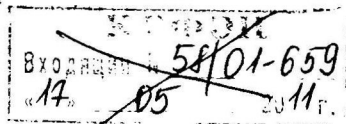
**МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МОНИТОРИНГА
СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ
ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Специальность 08.00.05 –

Экономика и управление народным хозяйством
(экономика, организация и управление предприятиями,
отраслями, комплексами – промышленность)

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Екатеринбург – 2011



**Диссертационная работа выполнена на кафедре менеджмента
ГОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет»**

Научный руководитель: доктор экономических наук,
доктор геолого-минералогических наук, профессор
Фёдоров Михаил Васильевич (Россия),
ректор ГОУ ВПО «Уральский государственный эконо-
мический университет», г. Екатеринбург

Официальные оппоненты: доктор экономических наук
Харитоновна Екатерина Николаевна (Россия),
профессор кафедры менеджмента
ФГБОУ ВПО «Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации»,
г. Москва

кандидат экономических наук
Потапова Екатерина Викторовна (Россия),
доцент кафедры экономики предприятий
ГОУ ВПО «Уральский государственный
экономический университет», г. Екатеринбург

Ведущая организация: ГОУ ВПО «Челябинский государственный
университет», г. Челябинск

Защита состоится 7 июня 2011 г. в 13.00 на заседании диссертационного совета
Д 212.287.01 при ГОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет»
по адресу: 620144, г. Екатеринбург, ГСП-985, ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45, зал дис-
сертационных советов (ауд. 150).

Отзывы на автореферат, заверенные гербовой печатью, просим направлять по
адресу: 620144, г. Екатеринбург, ГСП-985, ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45, ГОУ ВПО
«Уральский государственный экономический университет», ученому секретарю диссер-
тационного совета Д 212.287.01. Факс (343) 257-71-47.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке ГОУ ВПО «Ураль-
ский государственный экономический университет». Автореферат диссертации разме-
щен на сайте ГОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет»:
<http://www.usue.ru>.

Автореферат разослан 6 мая 2011 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
кандидат экономических наук, доцент



Н.В. Новикова

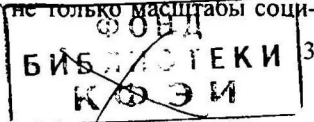
I Общая характеристика работы

Актуальность темы диссертационного исследования. Общеизвестно, что устойчивость предприятий в конкурентной борьбе определяется, помимо прочего, системой как внутриорганизационных отношений (их субъекты: собственники или акционеры, менеджмент, наемный персонал), так и отношений предприятия с широким кругом (прямо) заинтересованных лиц, находящихся в среде непосредственного окружения (деловые партнеры, местные сообщества и общественные организации, органы государственной власти и местного самоуправления). При этом важнейшим институтом, от которого зависит уровень цивилизованности отношений между всеми вышеназванными экономическими субъектами, является корпоративная социальная ответственность.

В промышленно развитых странах корпоративная социальная ответственность выступает инструментом повышения капитализации компаний, предотвращения некоммерческих рисков, а также открывает доступ к широкому кругу инвестиционных ресурсов и помогает предприятиям добиться устойчивого развития по трем основным направлениям – экономическому, экологическому и социальному. Между тем далеко не все руководители российских предприятий понимают ценность и важность социально ориентированного подхода к управлению, позволяющего не только достигать краткосрочных целей по прибыли, но и закладывать основу для долгосрочного развития организации. В России многие специалисты и практики трактуют эту деятельность в аспектах прежнего социалистического опыта или узкокоммерческого понимания, которые не всегда адекватны действительности. Это приводит в одних случаях к отказу бизнеса использовать социально ориентированные подходы в решениях задач развития, в других – к реализации такого рода проектов, которые дискредитируют концепцию корпоративной социальной ответственности в глазах общества.

Вместе с тем обратим внимание на следующее. Признание безусловной полезности социально ориентированного подхода в управлении бизнесом, вероятно, справедливо для условий стабильной, прогнозируемой экономической ситуации. Глобальный финансовый кризис стал относительно новым испытанием для многих, в том числе российских, промышленных предприятий и, естественно, потребовал пересмотра отношения пусть к необходимым, но затратным видам деятельности. В этих условиях решение вопросов корпоративной социальной ответственности, ранее получивших определенное развитие, наталкивается на проблему признания их актуальности.

С другой стороны, распространение в российской экономике практики социально ответственного поведения бизнеса соответствует общемировым тенденциям и во многом определяет не только масштабы соци-



альных инвестиций, но и будущие конкурентные преимущества национальной экономики. Модернизация экономики, широкое использование достижений научно-технического прогресса, обновление знаний, интеллектуализация производства вряд ли могут состояться без развития новых форм социально-трудовых отношений на микроуровне и использования эффектов глобализации рынков на макроуровне. Это означает необходимость создания новых формальных институтов согласования интересов между всеми участниками экономических отношений: наемными работниками, бизнесом, государством, обществом. В том числе требуются согласования по вопросам, напрямую не связанным с производственной и хозяйственной деятельностью (защита окружающей среды, реализация программ в областях здравоохранения, образования, охраны труда, культуры, спорта), но решение которых определяет качество и инновационные возможности человеческого капитала и, соответственно, потенциал устойчивого развития производства.

Вышесказанное с достаточной определенностью свидетельствует об актуальности развития корпоративной социальной ответственности как метода формирования цивилизованной и одновременно эффективной системы социального партнерства в сфере производственных отношений.

Степень научной разработанности проблемы. Анализ научной и методической литературы показывает, что основное внимание в решении проблем корпоративной социальной ответственности уделяется общетеоретическим подходам и моделям, а также описанию общих выгод от следования принципам корпоративной социальной ответственности. Однако часто эти темы подаются довольно фрагментарно и с уклоном, главным образом, в экономическую теорию, а не управленческую (менеджерскую) парадигму.

Вместе с тем известно, что управленческие аспекты корпоративной социальной ответственности как тема научного исследования начали рассматриваться относительно недавно – в начале прошлого века. До указанного периода отдельные элементы корпоративной социальной ответственности (например, благотворительность) изучались больше с философской и социологической точек зрения.

Различные исследовательские проекты в области корпоративной социальной ответственности проводят ведущие российские и международные организации: Информационный центр ООН, Accountability, Sustainability, Global Reporting Initiative, Всемирный банк, ЮНЕСКО, Министерство здравоохранения и социального развития РФ, Министерство экономического развития и торговли РФ, Аналитическое управление аппарата Совета Федерации, Государственный университет – Высшая школа экономики, Институт экономики города, Фонд аналитических программ «Экспертиза», Российский Союз промышленников и предпринимателей, Ассоциация менеджеров России и др.

В дискуссии о корпоративной социальной ответственности активно участвовали такие авторы, как М. Альберт, Д. Вуд, К. Гудпастер, К. Джонз, К. Дэвис, А. Крейн, А. Кэрролл, Р. Леви, Д. Лейпцигер, А. Маквильямс, Р. Маккиен, М. Макинтош, М. Мескон, Д. Мун, Д. Мэттен, Дж. Мэтьюз-мл., Дж. Пост, Д. Сигель, У. Фредерик, М. Фридман, Т. Фройндлих, Ф. Хедоури и др.

Работы отечественных ученых по изучаемой проблеме И. Ю. Беляевой, Ю. Е. Благова, А. Ф. Векслера, В. С. Гойло, Р. С. Гринберга, В. Ж. Дубровского, М. В. Дьяконовой, Т. И. Заславской, В. Л. Иноземцева, А. И. Каптерева, Л. Н. Коноваловой, С. В. Коростелева, М. И. Корсаковой, С. А. Ленской, Д. С. Львова, А. А. Мальцева, В. И. Марцинкевича, В. В. Мосина, Л. А. Плотицыной, Е. В. Потапцевой, М. С. Потапенко, И. Н. Ткаченко, Г. Л. Тульчинского, Н. Л. Хананашвили, Е. Н. Харитоновой, З. Б. Хмельницкой, Л. Ф. Шайбаковой, Л. С. Шаховской, М. А. Эскиндарова, В. Н. Якимца представляют ценность с позиций определения основных критериев социальной ответственности предприятий и корпораций, исследования роли человека в общественном производстве, необходимости его социальной защиты, повышения интеллектуализации профессиональной деятельности.

Результаты исследований этих и других видных ученых в той или иной мере оказали влияние на формирование научной позиции автора. Вместе с тем, в отличие от вопросов, решаемых в трудах указанных исследователей, в данной диссертации проблематика корпоративной социальной ответственности рассматривается под углом зрения теории менеджмента организации, институционального подхода и теории стейкхолдеров. Идеи обозначенных научных теорий и концепций представляются важными для уточнения сущностных характеристик некоторых понятий из области корпоративной социальной ответственности и разработки основных направлений формирования института корпоративной социальной ответственности в системе стратегического управления промышленным предприятием.

Актуальность развития принципов корпоративной социальной ответственности в управлении предприятием, недостаточная их разработанность определили выбор объекта, предмета, цели и задач диссертационного исследования.

Объектом диссертационного исследования являются промышленные предприятия, реализующие принципы социальной ответственности в отношениях как с персоналом предприятий, так и с субъектами внешнего окружения.

Предметом диссертационного исследования являются социально-экономические отношения, возникающие в процессе выполнения предприятиями своих социальных обязательств перед обществом, акционерами и собственными работниками.

Цель диссертационной работы – разработка методических основ мониторинга социальной ответственности как инструмента стратегического управления промышленным предприятием.

Для достижения указанной цели в работе были поставлены следующие задачи:

- исследовать сущность корпоративной социальной ответственности как инструмента управления предприятием;
- определить роль, место и основные функции системы корпоративной социальной ответственности как экономического и социального института в системе отношений «предприятие – субъекты прямых интересов (стейкхолдеры)»;

- провести анализ и систематизацию методов и процедур, связанных с внедрением принципов корпоративной социальной ответственности в систему стратегического управления предприятием;

- определить принципы и условия формирования системы социальной ответственности предприятия как фактора его устойчивого развития;

- обосновать методический подход к организации мониторинга уровня социальной ответственности предприятия и разработать комплекс рекомендаций по внедрению принципов социальной ответственности в систему стратегического управления предприятием.

Теоретическая и методологическая основа диссертации обусловлена спецификой объекта и предмета исследования. Теоретической и методологической базой диссертационного исследования послужили концепции, представленные в современных трудах отечественных и зарубежных ученых в области институциональной экономической теории, теории стейкхолдеров, теории управления экономическими системами, стратегического менеджмента. Диссертационное исследование опирается на принципы системного изучения социально-экономических процессов, приемы сравнительного, структурно-функционального и социологического анализа (анализ СМИ, экспертные интервью и т.д.).

Информационную и эмпирическую базу исследования составили материалы научных, научно-практических конференций и семинаров, аналитические материалы информационных агентств и СМИ, оценки аналитиков-практиков, документы международных организаций, законодательные и нормативно-правовые акты Российской Федерации, официальные статистические данные. В дополнение к этому с целью достижения репрезентативности результатов исследования анализировалась и оценивалась информация, размещенная на официальных интернет-сайтах зарубежных компаний, а также проанализировано содержание размещенных в Сети социальных отчетов российских компаний.

Научную новизну результатов диссертационного исследования выражают следующие положения.

1 Расширены и дополнены научные представления о явлении корпоративной социальной ответственности предприятия. В отличие от известных теоретических подходов сущность корпоративной социальной ответственности автором проецируется на сложившуюся в России систему социально-экономических отношений. По-новому формулируются принципы корпоративной социальной ответственности предприятия, а ее содержание интерпретируется в значении важной функции управления промышленным предприятием (п. 15.2 специальности 08.00.05 Паспорта специальностей ВАК РФ).

2 Предложена система критериев оценки уровня корпоративной социальной ответственности, общим свойством которых выступает их способность выполнять роль объектов мониторинга социальной ответственности предприятия (п. 15.17 специальности 08.00.05 Паспорта специальностей ВАК РФ).

3 Формализован подход к определению границ социальной ответственности предприятия и обоснована целесообразность использования параметра (границы) в качестве характеристики потенциала устойчивости предприятия (п. 15.2 специальности 08.00.05 Паспорта специальностей ВАК РФ).

4 Разработаны процедуры мониторинга состояния корпоративной социальной ответственности на промышленных предприятиях, а также методический подход к оценке уровня социальной ответственности предприятия, которые автором предлагаются в качестве оснований для определения рейтинга предприятия по достигнутому уровню корпоративной социальной ответственности (п. 15.17 специальности 08.00.05 Паспорта специальностей ВАК РФ).

Теоретическая значимость диссертационного исследования заключается в том, что сформулированные положения, а также выводы и результаты дополняют и развивают научное знание о явлении корпоративной социальной ответственности и могут составлять теоретическую базу решения важных прикладных задач в области совершенствования методов управления социально-экономическими системами.

Практическую значимость диссертационной работы определяет возможность использования ее результатов для более углубленного анализа состояния корпоративной социальной ответственности в России в целом, а также для выработки государственной и корпоративной политики в этой области. Отдельные положения исследования и рекомендации могут быть использованы для организации внедрения принципов и стандартов корпоративной социальной ответственности в систему стратегического управления российских предприятий с целью повышения эффективности их деятельности и конкурентоспособности.

Апробация результатов исследования. Основные теоретические и методические положения диссертационного исследования нашли отражение в опубликованных докладах и статьях, получили одобрение в обсуждениях на международных, всероссийских и межрегиональных научно-практических конференциях и семинарах, проходивших в городах Москва (2009 г.), Екатеринбург (2010 г.), Саратов (2010 г.), Иркутск (2010 г.), Таллинн (2009 г.).

Результаты диссертационного исследования внедрены в практику работы промышленных предприятий ООО «РИВА», ООО «ТМСИ-04», ЗАО «Спецнефтегаз», а также в учебный процесс подготовки специалистов по специальности «Корпоративный менеджмент», что подтверждено соответствующими актами и документами.

Публикации. Всего по тематике диссертационной работы опубликовано 8 печатных работ общим объемом 2,39 п. л. Три работы опубликованы в изданиях из перечня рекомендованных ВАК РФ («Известия Уральского государственного экономического университета», «Управленец»).

Структура и объем диссертации обусловлены логикой, целью и задачами исследования. Работа состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка, включающего 142 наименования, 5 приложений. Диссертация изложена на 168 страницах машинописного текста, содержит 27 таблиц и 28 рисунков.

II Основные положения диссертационного исследования, выносимые на защиту

1 Расширены и дополнены научные представления о явлении корпоративной социальной ответственности предприятия. В отличие от известных теоретических подходов сущность корпоративной социальной ответственности автором проецируется на сложившуюся в России систему социально-экономических отношений. По-новому формулируются принципы социальной ответственности предприятия, а ее содержание интерпретируется в значении важной функции управления промышленным предприятием.

В настоящее время экономики практически всех промышленно развитых стран испытывают влияние процессов глобализации, вызывающих, помимо прочего, изменение общественных настроений и ожиданий, системы ценностей. В этих условиях по-новому определяются роль и позиции бизнеса в решении насущных общечеловеческих задач. Ему (бизнесу) обществом вменяется обязанность создавать условия, обеспечивающие экологическую безопасность, социальную справедливость, а также нести бремя поддержки малоимущих слоев населения и др. Соответственно, подход к решению глобальных экономических проблем через разрешение

противоречий между трудом и капиталом уступает место концепциям, объясняющим, почему и как должна строиться система производственных отношений, в которой собственность на средства производства должна выполнять функцию социальной ответственности.

Понятие социальной ответственности бизнеса можно охарактеризовать как достаточно новое, ставшее логичным развитием существовавшей ранее в ряде развитых стран благотворительности (филантропии). Процесс интенсивного развития и осознания обществом сущности корпоративной социальной ответственности носил стремительный характер, занял не более 50 лет и продолжается в настоящее время.

Вместе с тем универсального определения социальной ответственности бизнеса (равно как компании, предприятия) не существует. Обобщение и анализ общемировой практики свидетельствует: каждая компания по-своему понимает социальную ответственность, в каждом конкретном случае реагирует уникальным образом, в зависимости от основных направлений ее работы и интересов участников. Для каждой организации, ведущей бизнес, общество представляет собой систему заинтересованных сторон, включающую в себя индивидуумы, группы и организации, влияющие на принимаемые компанией решения и (или) оказывающиеся под воздействием этих решений. В наиболее общем виде она раскрывается в следующем: бизнес должен не только заботиться о прибыли и уплате налогов, которые аккумулируются и распределяются государством для решения социально значимых проблем. Он (бизнес) должен разделить с обществом ответственность за социальную несправедливость, экономическое неравенство и экологические проблемы, участвуя в экономической адаптации социально незащищенных слоев населения, в охране окружающей среды.

Исходя из подходов к определению корпоративной социальной ответственности, а также анализа различных моделей корпоративной социальной ответственности автором предложена следующая их классификация (таблица 1).

Анализ содержания известных подходов к определению сущностных характеристик явления корпоративной социальной ответственности, с последующей проекцией этого знания на сложившуюся в России систему социально-экономических отношений (что и составляет суть авторского синтез-подхода), позволил более детально рассматривать существующую в практике российских предприятий взаимосвязь социальной ответственности и принятых к реализации стратегий рыночного поведения и развития.

В качестве особенности отмечено, что в российской экономической практике утверждается концепция корпоративной социальной ответственности, базирующаяся на идее ее использования как условия приобретения долгосрочных конкурентных преимуществ.

Таблица 1 – Классификация моделей корпоративной социальной ответственности

Классификационный признак	Определение системы корпоративной социальной ответственности	Сущностная характеристика корпоративной социальной ответственности
1 Участие и роль государства в формировании корпоративной социальной ответственности	Открытая	Компания добровольно принимает на себя ответственность за решение тех вопросов, в которых заинтересовано общество
	Скрытая	Официальные и неофициальные институты страны обязывают компании нести ответственность за удовлетворение общественных интересов
2 Разновидность принятой модели корпоративного управления и контроля	Американская	Корпоративная социальная ответственность развивается на основе максимальной свободы хозяйствующих субъектов: трудовые отношения в системе «предприниматель – работник» остаются предметом договора сторон; государственные органы влияют на развитие меценатства и благотворительности путем изменения налоговой политики, законодательства, контроля соблюдения общественных интересов
	Европейская	Корпоративная социальная ответственность является элементом системы государственного регулирования. Законодательство предусматривает обязательное медицинское страхование, комплекс мер по охране здоровья работников, их пенсионное обеспечение и решение других вопросов, касающихся социальной сферы. Отношения в системе «предприниматель – работник» отличаются высокой степенью формализации и детализации. Модель корпоративной социальной ответственности предусматривает экономическую, юридическую и этическую ответственность компаний
	Британская	Корпоративная социальная ответственность развивается в форме комбинации американской и европейской моделей, характеризуется комплексностью, взвешенностью, активной поддержкой бизнеса со стороны государства при условии социальной инициативности самого бизнеса
3 Уровень отношений бизнеса и общества	Либеральная	Добровольная корпоративная социальная ответственность
	Традиционная	Принудительная корпоративная социальная ответственность
	Партнерская	Равноправное взаимодействие
	Интеграционная	Корпоративное гражданство
	Инновационная	Прогрессивные альянсы

На этой основе сформулирован ряд утверждений, справедливых для условий начала внедрения принципов корпоративной социальной ответственности (КСО) в деятельность российских предприятий:

КСО – декларируемый руководством предприятий пункт корпоративной социальной стратегии;

КСО – формализованный элемент общей бизнес-стратегии предприятий, позволяющий управлять нефинансовыми рисками;

КСО – неформализованная, но декларируемая идеология, лежащая в основе стратегии управления персоналом предприятия.

Анализ содержания нефинансовых отчетов российских корпораций, позволил сделать выводы об особенностях складывающегося в России института социальной ответственности. Его типичные черты:

а) ориентация на ближний круг стейкхолдеров – государство, собственников и сотрудников, др.;

б) отсутствие долгосрочной программы социального инвестирования;

в) преобладание в структуре социальных инвестиций расходов на развитие человеческого капитала компаний;

г) отсутствие единых стандартов публичной социальной отчетности компаний;

д) вынужденное (под давлением региональных властей) участие в социально-экономическом развитии территорий своего присутствия как доказательство того, что предпринимательский сектор отчасти замещает государство в социальной сфере.

Анализ современной научной позиции, объясняющей явление корпоративной социальной ответственности, наряду с представлением об особенном в его российском феномене, позволили автору сформулировать ряд принципов, следование которым утверждает за предприятием статус социально вовлеченной и ответственной организации.

1 Принцип «несвободы предприятия от социальной ответственности» обусловлен тем, что любая коммерческая структура не может существовать вне рамок социальной организации и вне социальной среды. Но цели коммерческой деятельности создают условия для развития многих противоречий, в том числе между частным и общественным благом. Чтобы такого рода противоречие решалось в пользу последнего и бизнес неформально содействовал развитию образования, занятости, росту благосостояния, сохранению природных ресурсов, уменьшению загрязнения окружающей среды, социальная ответственность предприятия должна утверждаться осознанной нормой, подлежащей контролю.

2 Принцип «добровольности и открытости», требующий от предприятия, принявшего на себя бремя социальной ответственности, соответствовать ожиданиям стейкхолдеров; его социальные программы должны быть понятными, достоверными и верифицируемыми.

3 Принцип «системности», выражающий требование к тому, чтобы социально ответственное поведение предприятия (в значении комплекса социально ориентированных действий, создающих благоприятную среду для ведения бизнеса) осуществлялось на постоянной основе и носило системный характер.

4 Принцип «недопущения конфликтов», означающий требование необходимости иметь продуманную политику профилактики эгоизма, согласованную со всеми сторонами отношений выбора форм и методов интеграции интересов.

Реализация принципов социальной ответственности требует их формализации как самостоятельного вида деятельности в организационной структуре управления предприятий с установлением соответствующих полномочий и ответственности должностных лиц и исполнителей. При этих условиях *корпоративная социальная ответственность утверждается важной функцией в управлении предприятием, посредством которой на практике реализуются сознательно принимаемые предприятием обязательства перед заинтересованными сторонами (стейкхолдерами) удовлетворять и защищать их интересы за рамками определенного законом минимума. И эти обязательства, наряду с инвестированием в решение социальных задач предприятия, осуществляются добровольно и целенаправленно в соответствии с его долгосрочной стратегией и социальной политикой.*

2 Предложена система критериев оценки уровня корпоративной социальной ответственности, общим свойством которых выступает их способность выполнять роль объектов мониторинга социальной ответственности промышленного предприятия.

В отечественной экономической науке, равно как и практике, до сих пор не утвердились общепринятые критерии оценки корпоративной социальной ответственности, представления о том, каковы этические принципы и экономические выгоды социально ответственного поведения. Ответ на эти вопросы первый, но необходимый шаг к тому, чтобы знать, какими методами и посредством каких процедур можно внедрить принципы корпоративной социальной ответственности в деятельность предприятий.

Исследования, проведенные автором по проблеме оценки уровня корпоративной социальной ответственности, показали, что изучение опыта, накопленного иностранными корпорациями и международными институтами в этой области, безусловно полезно для понимания сущности социальной ответственности. Однако простое копирование западных принципов и стандартов без учета российских особенностей не представляется возможным по ряду причин. Прежде всего – в силу недостаточной практики корпоративного управления, а также стремления к сокрытию информации, в том числе нефинансовой. В этой связи на основе результатов анализа информации о получивших распространение подходах к построению индикаторов уровня социальной ответственности автором предлагается следующая система критериев.

Первыми в ряду прочих, но очевидными, критериями оценки корпоративной социальной ответственности российских предприятий являются объем и структура социальных инвестиций. Указанная роль этих критериев может быть подчеркнута фактами, если априори принять, что в докризисный, т.е. благоприятный с точки зрения экономической конъюнктуры период, социальные инвестиции должны, очевидно, расти, а в посткризисный снижаться. Эту логику иллюстрирует следующая динамика.

Величина социальных инвестиций на одного работающего в период с 2003 по 2007 г. выросла на 27%, удельный вес социальных инвестиций в выручке на более чем 90%. Вместе с тем только за один кризисный 2009 г. значение этих показателейкратно упало – в 2,5 и 7 раз соответственно.

Социальные инвестиции представляют собой долгосрочные вложения финансовых ресурсов в объекты социальной среды с целью улучшения качества жизни людей. В данной трактовке ключевой особенностью является характеристика социального инвестирования как деятельности субъектов инвестиционных отношений, направленной на получение обществом полезного эффекта. Социальное инвестирование характеризуется социальными издержками. Они, по определению автора, есть комплексная характеристика развития и совершенствования социальной матрицы экономики: человеческого потенциала, благосостояния, накопления социального капитала и социальной инфраструктуры.

Другим критерием оценки корпоративной социальной ответственности является степень комплексности и полноты корпоративной социальной ответственности, измеряемая качественным индексом социальных инвестиций.

Качественный индекс социальных инвестиций для i -й компании IK_i показывает уровень комплексности социальной деятельности компании (единица измерения – проценты) и рассчитывается следующим образом:

$$IK_i = \left(\frac{1}{m} \sum_{j=1}^m X_{ij} \right) \times 100\%,$$

где X_{ij} – булева переменная, принимающая значение 1, если j -й признак присутствует у i -й компании, и равная 0, если этот признак отсутствует; m – число признаков, по которым оценивается социальная деятельность компаний.

В идеале набор j -признаков должен быть составлен таким образом, чтобы каждый из них был «сквозным», т.е. важным в оценке любой компании, а в сумме – показывать степень полноты и комплексности инвестиционного процесса реализуемых предприятием социальных программ. В этом случае объектом мониторинга социальной ответственности предприятия выступает сам инвестиционный процесс социальных программ, имеющих, что было учтено, определенную структурную сложность.

Чтобы ее представлять, автором предложено социальную деятельность оценивать по двум группам признаков. Установлено, что первая группа относится к социальным программам, ориентированным на внешних стейкхолдеров, вторая – к программам, ориентированным на внутренних стейкхолдеров. При определении состава внешних и внутренних

программ автор руководствовался принципами обязательности, необходимости и достаточности условий, состояние которых собственно и подвергается оценке.

Внешние социальные программы:

- добросовестная деловая практика;
- развитие местного сообщества;
- природоохранная деятельность;
- укрепление репутации и имиджа.

Внутренние социальные программы:

- развитие персонала;
- охрана здоровья и создание безопасных условий труда;
- социально ответственная реструктуризация.

Таким образом, все признаки, по которым оценивается социальная деятельность предприятия, оказались распределены и закреплены за соответствующими программами, учет по факту финансирования (или нефинансирования) которых является основанием, помимо прочего, организации регулярных наблюдений, т.е. мониторинга.

3 Формализован подход к определению границ социальной ответственности предприятий и обоснована целесообразность использования параметра (границы) в качестве характеристики потенциала устойчивости промышленного предприятия.

Рассмотрение существа взаимосвязи между различными проявлениями кризисных процессов в экономике России и формами реализации корпоративной социальной ответственности (рисунок 1) позволило автору сделать следующие выводы:

1) кризис, как правило, является отправной точкой пересмотра: отношения предприятий к социальным обязательствам и социальной ответственности; отношений со стейкхолдерами; общего подхода к докризисной социальной политике;

2) главным тормозом в реализации желаемого сценария развития корпоративной социальной ответственности в России является асоциальное поведение руководителей предприятий и собственников бизнеса, приводящее к нарушению прав не только наемного персонала, но и прав стейкхолдеров;

3) социальные стратегии российских компаний существенно отличаются от западноевропейских, являясь более консервативными и направленными на инвестирование внутри компании, чем на местное сообщество, потребителей, деловых партнеров, рационализацию природопользования. При этом кризис привел не просто к сворачиванию многих программ, но и в целом к нарушению многих положений трудового законодательства, в том числе касающихся оплаты труда.

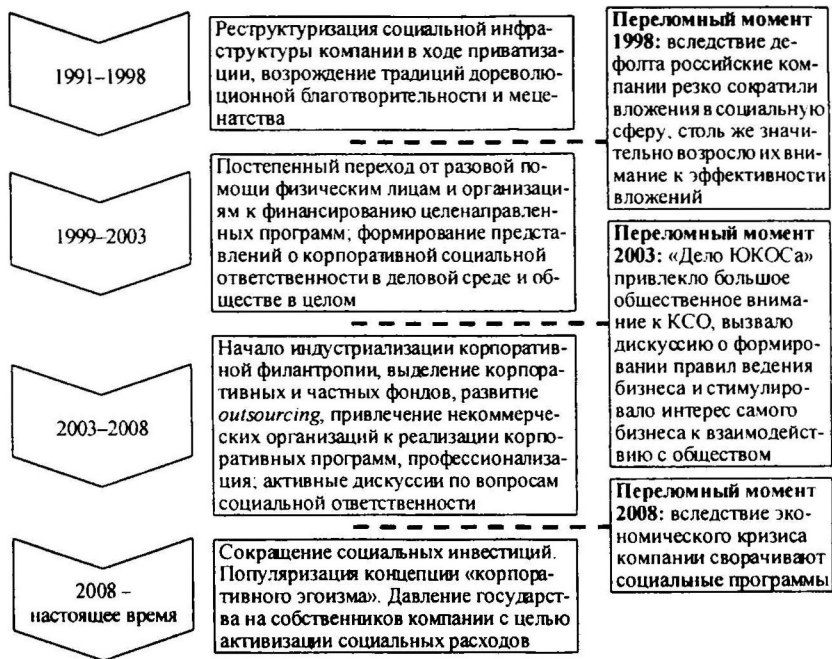


Рисунок 1 – Характеристика этапов развития корпоративной социальной ответственности российских компаний, учитывающая влияние кризисов 1998, 2003, 2008 гг.

Мировой кризис показал реальный уровень социальной ответственности не только в России, но и во всем мире, а также поставил вопросы: нужна ли корпоративная социальная ответственность тогда, когда компания испытывает финансовые трудности? И не является ли балластом корпоративная программа социальных инициатив в период кризиса? Постановка этих вопросов актуализирует рассмотрение такого явления, как границы социальной ответственности. В определении границ корпоративной социальной ответственности основной проблемой является необходимость, с одной стороны, оценить уровень согласованности экономических результатов с этическими и социальными обязательствами компании, а с другой – установить при этом наличие (как и характеристики) равновесия между интересами сторон, вовлеченных в деятельность той или иной компании. Но при непереносимом условии, что каждая сторона – участник корпоративных отношений – заинтересована в устойчивом развитии компании. С этой точки зрения определение границ по-новому раскрывает свойства явления корпоративной социальной ответственности, дает обоснованное право использовать эту характеристику для оценки потенциала устойчивости самой компании.

Представим факторы, которые, на наш взгляд, выступают движущими силами изменения границ корпоративной социальной ответственности в направлении их сужения/расширения.

Прежде всего следует, очевидно, пренебречь тем, что на социально значимые решения предприятия оказывают влияние исключительно меркантильные или популистские соображения их собственников или руководителей. Тогда мы имеем основания (в том числе по результатам проведенных ранее теоретических исследований сущности явления корпоративной социальной ответственности) отнести к факторам расширения границ социальной ответственности предприятия следующие условия.

1 Действие формальных институтов (законодательных актов, международных соглашений и пр.), обязывающих принимать решения в интересах стейкхолдеров.

2 Динамика социальных рисков, вызванная неблагоприятной экономической конъюнктурой (природными катаклизмами, техногенными катастрофами и пр.). Это осознается собственниками (руководителями предприятий) как серьезная опасность бизнесу и побуждает их принимать решения, мобилизующие профилактические действия.

3 Благоприятные перспективы развития отрасли, которые внушают оптимизм собственникам (руководителям) предприятия. И это настроение разделяют инвесторы, кредиторы, потребители и другие стейкхолдеры.

4 Деловая репутация, являющаяся обстоятельством, стимулирующим внимание общественности к событиям, происходящим на предприятии. Из этого факта все контрагенты из числа стейкхолдеров получают определенные выгоды.

5 Общественное мнение, сформированное опубликованием нефинансовой отчетности предприятия, а также выраженное и тиражированное средствами массовой информации в виде оценок экономической, экологической и социальной деятельности предприятия.

С другой стороны, полагаем, присутствует ряд относительно объективных обстоятельств, действующих в противоположном расширению границ корпоративной социальной ответственности направлении. К числу такого рода факторов можно отнести:

– резкое изменение условий конкурентной борьбы (следствие приобретения конкурентами новых конкурентных преимуществ за счет усовершенствований в управлении, производстве, маркетинге и пр.), вызывающее согласованную заинтересованность стейкхолдеров в необходимости в максимально короткие сроки улучшить экономические показатели;

– сокращение масштабов экономической деятельности, обусловленное неблагоприятной экономической конъюнктурой (природными катаклизмами, техногенными катастрофами и пр.).

Иллюстрация подхода к определению факторов, формирующих границы социальной ответственности предприятия (рисунок 2), дает основание для следующих утверждений.

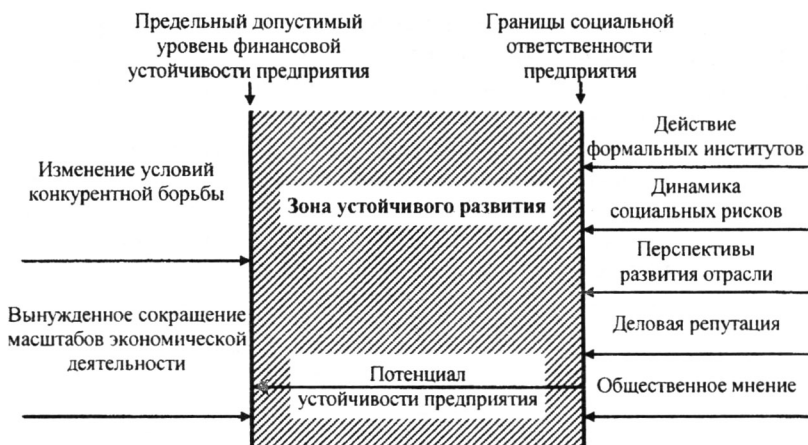


Рисунок 2 – Факторы, определяющие границы социальной ответственности предприятия

Во-первых, граница социальной ответственности предприятия в идеальных условиях находится на уровне обязательств, которые предприятие выполняет, чтобы удовлетворять и защищать интересы стейкхолдеров, но в рамках определенного законом минимума.

Во-вторых, стейкхолдеры являются выразителями определенных потребностей, сила которых способна придать желаемое изменение положению границы социальной ответственности предприятия.

В-третьих, пределом роста социальной ответственности предприятия является допустимый уровень его финансовой устойчивости (иначе говоря, другая граница, за пределами которой предприятие теряет платежеспособность). Хотя нельзя исключить ситуацию, когда предприятие берет на себя обязательства, выходящие за рамки разумного. Но такого рода ситуации в наших построениях недопустимы. Тогда от границ социальной ответственности до предельно допустимого уровня финансовой устойчивости предприятия находится зона, которую мы называем **зоной устойчивого развития предприятия**.

В-четвертых, по-настоящему социально ответственным может считаться поведение того предприятия, которое берет на себя и выполняет социальные обязательства в пределах от границ социальной ответственности до уровня финансовой устойчивости. *Способность предприятия компенсировать увеличивающееся бремя социальной ответственности (и, соответственно, затраты сил и средств на организацию своей деятельности) выгодами, которые приносят отношения со стейкхолдерами, мы называем потенциалом устойчивости предприятия.* Тогда положение границ социальной ответственности предприятия является важным параметром, характеризующим его устойчивость.

Таким образом, устойчивое развитие предприятия есть результат сложной взаимозависимости интересов стейкхолдеров, социальных обязательств предприятия и согласованных с ними экономических результатов деятельности предприятия (рисунок 3). Стремление к такого рода развитию – объективная цель любого предприятия. Также очевидно, что не только для корректной формализации цели, но и для оценок, которые все заинтересованные стороны должны учитывать в обосновании социально ориентированных решений, знание границ социальной ответственности предприятия является необходимым.



Рисунок 3 – Взаимосвязь устойчивого развития предприятия с его социальной ответственностью

Рисунок 4 схематично представляет границы социальной ответственности в виде множества, ограниченного, с одной стороны, ожиданиями заинтересованных сторон предприятия, с другой – результатами его деятельности, и, конечно, целями, которые поставлены перед организацией на определенную стратегическую перспективу.



Рисунок 4 – Границы социальной ответственности предприятия

Для описания свойств явления «границы социальной ответственности предприятия» автором предложена система характеристик, с помощью которых может оцениваться состояние (качество) процессов реализации социально ориентированных решений.

Авторский подход к исследованию сущности границ социальной ответственности позволил конкретизировать определение данного явления. *Границы социальной ответственности* есть условная (допустимая) норма поведения предприятия, которая полностью согласуется с признанными в обществе социальными, этическими или правовыми правилами и институтами и которая разделяется всеми стейкхолдерами как обязательство удовлетворять и защищать их интересы, но в рамках определенного законом минимума.

4 Разработаны процедуры мониторинга состояния корпоративной социальной ответственности на промышленных предприятиях, а также методический подход к оценке уровня социальной ответственности предприятия, которые автором предлагаются в качестве оснований для определения рейтинга предприятия по достигнутому уровню корпоративной социальной ответственности.

К числу процедур, содействующих развитию и внедрению принципов корпоративной социальной ответственности, автором отнесены:

- организация регулярного информационного обмена со стейкхолдерами предприятия с целью снижения степени асимметричности информации;

- подготовка нефинансовой отчетности, доступной широкому кругу стейкхолдеров;

- внесение социальных и экологических показателей в систему мониторинга деятельности предприятия по ключевым показателям эффективности. В данном случае *под мониторингом понимается система регулярно повторяющихся наблюдений результатов выполнения предприятиями добровольно принятых на себя обязательств, которые реализуются в интересах стейкхолдеров, но отвечают цели его (предприятия) устойчивого развития.*

Данное определение делает очевидной главную цель мониторинга – слежение за изменениями состояния системы социальной ответственности предприятия, включающее три основных действия: собственно наблюдение, оценку и анализ. При этом задача анализа (многомерного и сравнительного) – получить, в числе прочего, основание для определения рейтинга предприятия по достигнутому уровню корпоративной социальной ответственности. Блок-схема системы мониторинга социальной ответственности предприятия представлена на рисунке 5.



Рисунок 5 – Блок-схема системы мониторинга социальной ответственности предприятия

Обосновано, что все эти процедуры позволяют эффективно снижать транзакционные издержки предприятия и его стейкхолдеров, поскольку для всех субъектов, вовлеченных в отношения в рамках системы корпоративной социальной ответственности, по-разному, но снижается степень неопределенности будущего. И на этой основе возникает основание для достижения целей и решения задач устойчивого развития предприятия.

Авторскую позицию выражает концептуальное требование, чтобы типовые установки социальной ответственности предприятия перед его стейкхолдерами относились к категории важнейшей информации для управления бизнесом.

Практическая реализация указанного требования означает широкую перестройку всего процесса как разработки, так и осуществления стратегии управления предприятием. Прежде всего по-новому определяются роль и место показателей уровня социальной ответственности в системе ключевых показателей эффективности деятельности предприятия.

Предложенная система показателей выражает целевую ориентацию компании на достижение устойчивого развития. Но в то же время очевидным является факт, что эффективность данной стратегии управления предприятием определяют результаты выполнения обязательств по реализации принципов корпоративной социальной ответственности. В этом случае отметим, что понятие эффективности стратегии управления становится более емким, поскольку оценивается не только по результатам реализации отдельных социально значимых программ (проектов) или степени достижения поставленных стратегических целей, но и по степени соответствия поставленных стратегических целей интересам стейкхолдеров.

На этой основе разработан комплексный подход (рисунок 6) к оценке социальной ответственности предприятий, который от ранее известных отличают, во-первых, комплексность, во-вторых, возможность включения оценок уровня социальной ответственности в систему ключевых показателей эффективности стратегии предприятия.



Рисунок 6 – Комплексный подход к оценке уровня социальной ответственности предприятий

5 Разработан комплекс рекомендаций по внедрению принципов корпоративной социальной ответственности в систему стратегического управления предприятием.

Результаты исследований автора позволяют представлять деятельность предприятия в рамках системы социальной ответственности как процесс, в ходе которого решаются следующие задачи:

а) формирование политики, определяющей цели, задачи и направления реализации принципов социальной ответственности предприятия в отношении всех субъектов ключевых интересов – стейкхолдеров;

б) внедрение в организационную структуру управления предприятием функциональной подсистемы, отвечающей за решение задач развития социальной ответственности предприятия и повышения качества корпоративного управления;

в) организация мониторинга уровня социальной ответственности предприятий с последующей интеграцией социальной отчетности предприятия в систему ключевых показателей его эффективности;

г) реализация принципов информационной открытости и прозрачности деятельности, предполагающей подготовку на добровольной основе нефинансовых (социальных) отчетов и публичного информирования о содержании всех заинтересованных сторон;

д) организация взаимодействия с субъектами ключевых интересов (стейкхолдерами) по определенному плану, реализующему конкретные намерения улучшить положение сторон отношений или добиться баланса их интересов;

е) определение рейтинга предприятия как социально ответственной организации.

Практическое решение задач означает, что предприятие обладает всеми необходимыми и достаточными условиями для ведения многостороннего социального диалога и взаимодействия, в том числе с властными структурами и местным сообществом, что должно оказать благоприятное воздействие на развитие бизнеса.

Ориентация промышленных предприятий на достижение целей устойчивого развития должна утверждаться как стратегическая парадигма в управлении бизнесом. Заявленные в ней цели обязаны учитывать интересы стейкхолдеров, а потому оценки эффективности стратегии организации в определенном виде должны быть представлены по результатам мониторинга социальной ответственности. Данная позиция утверждает понятие эффективной стратегии предприятия (равно как и отдельных стратегических программ) с точки зрения ее соответствия целям и интересам стейкхолдеров. «Дерево» целей стратегического управления, в котором определенным образом утверждается ориентация предприятия на реализацию принципов социальной ответственности, представлено на рисунке 7.

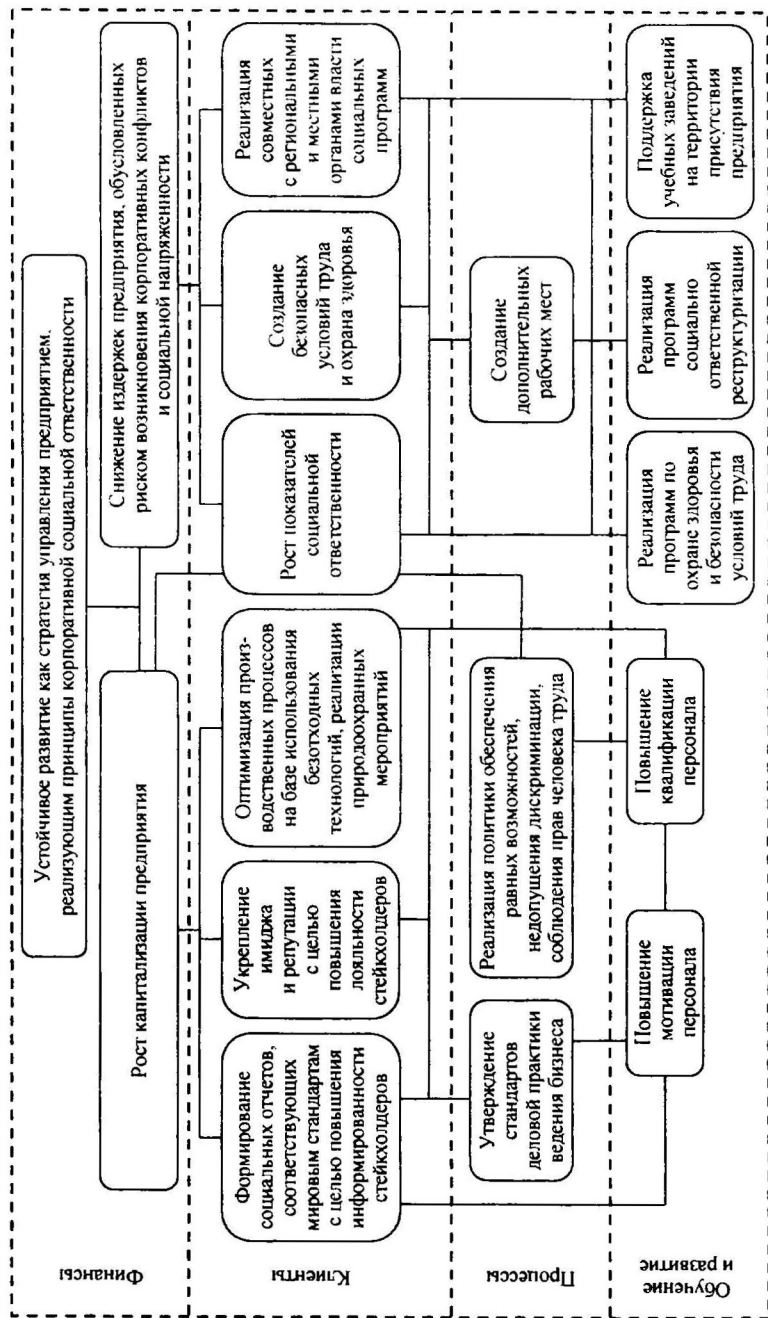


Рисунок 7 – «Дерево» целей стратегии устойчивого развития предприятия, реализующего принципы корпоративной социальной ответственности

Практическая реализация предложенного решения требует, чтобы социальная ответственность как стратегический выбор предприятия была декларирована, в том или ином виде, во всех внутриорганизационных документах, доступных вниманию как внутренних, так и внешних стейкхолдеров (перспективные планы развития, инвестиционные программы, проекты организационных изменений, коллективный договор, пресс-релизы, отчеты и т.д.).

Гласно заявленная социальная ориентация предпринимательских стратегий должна получить широкую общественную оценку, позволяющую ответить на вопрос о том, в какой степени предпринимательская организация реализует свой потенциал не только экономической, но и социальной структуры. Решение этой задачи обеспечивается разработанными автором процедурой определения рейтинга предприятия по достигнутому уровню социальной ответственности и методикой мониторинга социальной ответственности предприятия.

В подтверждение практической значимости данных методик автором была проведена их апробация по пяти объектам исследования. Расчетные результаты апробации методики – оценки уровня корпоративной социальной ответственности в диапазоне от 0,4069 до 1,0729 – позволяют присвоить каждому предприятию соответствующий рейтинг.

Опыт применения разработанного автором методического подхода к внедрению принципов корпоративной социальной ответственности в систему стратегического управления ряда промышленных предприятий показал целесообразность его использования в решении следующих задач:

- оптимизация условий взаимодействия предприятий и стейкхолдеров;
- укрепление внутрикорпоративных отношений и связей для повышения устойчивости предприятий;
- совершенствование форм и методов реализации принципов социальной ответственности, ориентированных на снижение социальной напряженности и получение предприятиями дополнительных конкурентных преимуществ;
- обоснование принимаемых органами государственной власти решений о характере и порядке регулирования отношений, закрепляющих обязательства бизнеса в области налоговых, трудовых, экологических и других отношений, а также в сфере социальной отчетности.

Предложенные решения теоретических и методических задач развития принципов корпоративной социальной ответственности на основе мониторинга, обоснованность экономической целесообразности их применения в решении задач стратегического управления предприятием подтверждают значимость результатов диссертационного исследования.

III Основные положения диссертационного исследования опубликованы в следующих работах

Статьи в изданиях, рекомендуемых экспертным советом ВАК РФ

1 Определение границ социальной ответственности компаний // Известия Уральского государственного экономического университета. 2010. № 4(31). – 0,37 п. л.

2 Лидерство в развитии культуры управления фирмой // Известия Уральского государственного экономического университета. 2008. № 1(20). – 0,4 п. л.

3 Институциональные основы российской системы корпоративной социальной ответственности // Управленец. 2011. № 4. – 0,5 п. л.

Статьи и материалы в прочих изданиях

4 Исследование институциональной среды социальной ответственности бизнеса // Ежемесячный научный журнал «Дискуссия». 2010. № 5 (май). – 0,18 п. л.

5 Исследование факторов, обуславливающих границы корпоративной социальной ответственности российских предприятий // Молодежь в образовании, науке, бизнесе и власти : материалы XIV Всерос. экон. форума науч.-исслед. работ молодых ученых и студентов «Конкурентоспособность территорий» с междунар. участием в рамках II Евразийского экономического форума молодежи «ДИАЛОГ ЦИВИЛИЗАЦИЙ – “ПУТЬ НА СЕВЕР”» : в 11 ч. / [отв. за вып. М. В. Фёдоров, Э. В. Пешина]. – Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2011. – Ч. 4. – 0,2 п. л.

6 Нефинансовые отчеты как институт мониторинга корпоративной социальной ответственности // Конкурентоспособность регионов и субъектов хозяйствования в условиях преодоления кризиса : материалы XIII Всерос. форума молодых ученых и студентов : в 4 ч. / [отв. за вып. М. В. Фёдоров, В. П. Иваницкий]. – Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2010. Ч. 1. – 0,06 п. л.

7 Исследование влияния экономического кризиса на корпоративную социальную ответственность // Актуальные проблемы и перспективы развития современной экономики и управления : материалы Всерос. (заоч.) науч.-практ. конф. / [отв. ред. В. И. Долгий]. – Саратов : Изд-во «КУБиК», 2010. – 0,37 п. л.

8 Стандарты социальной отчетности российских компаний // Модели посткризисного развития стран : анализ и прогноз : материалы I Междунар. науч.-практ. конф. молодых ученых и студентов (Таллинн, 13–14 мая 2010 г.). Таллинн : Изд-во Ин-та экономики и управления, 2010. – 0,31 п. л.

IV Содержание диссертационной работы

ВВЕДЕНИЕ

1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА

- 1.1 Определение сущности социальной ответственности бизнеса в экономических теориях и концепциях
- 1.2 Институциональные основы формирования российской системы корпоративной социальной ответственности
- 1.3 Формы и методы контроля над соблюдением предприятиями принципов социальной ответственности

2 ИССЛЕДОВАНИЕ УСЛОВИЙ И ФАКТОРОВ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИХ ЭФФЕКТИВНОСТЬ СИСТЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

- 2.1 Экономический кризис как фактор проявления неэффективного собственника и асоциальной политики предприятий
- 2.2 Анализ причин и последствий асоциальных действий работодателей в отношениях с наемным персоналом предприятий
- 2.3 Исследование границ корпоративной социальной ответственности предприятий

3 МОНИТОРИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

- 3.1 Методика оценки уровня корпоративной социальной ответственности предприятий
- 3.2 Организация мониторинга уровня социальной ответственности предприятий на основе интеграции социальной отчетности предприятия в систему ключевых показателей его эффективности
- 3.3 Рекомендации по внедрению принципов социальной ответственности в систему стратегического управления промышленным предприятием

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

ПРИЛОЖЕНИЯ

